

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

### ภาพรวมโดยสรุป

ปี 2565 เปิดปีด้วยภาวะปัจจัยภายนอกหลายปัจจัยที่กระทบการดำเนินธุรกิจ และการดำรงชีวิตของผู้บริโภค เริ่มจากความขัดแย้งระหว่าง รัสเซีย-ยูเครน ต่อเนื่องด้วยภาวะวิกฤติพลังงาน รวมถึงอัตราเงินเฟ้อที่พุ่งสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เหตุการณ์ต่างๆ ดังกล่าวส่งผลโดยตรงกับต้นทุนด้านน้ำมัน และราคาวัตถุดิบต่าง ๆ ในหลายอุตสาหกรรม นอกจากนั้นยังส่งผลต่อกระทบโดยตรงต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเศรษฐกิจไทยก็อยู่ภายใต้ความกดดันเหล่านั้น ต่อมาในราวครึ่งปีหลังประเทศไทยมีการยกเลิกหลักเกณฑ์ในการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจในประเทศฟื้นตัวดีขึ้น โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและบริการ ทำให้อุปสงค์ของตลาดในประเทศปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่อุปสงค์ของตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มชะลอลง ซึ่งสะท้อนในภาพเดียวกันกับ GDP ของภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและการส่งออกของประเทศไทย ในไตรมาส 4/2565 รวมถึงภาวะอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงของประเทศคู่ค้าเป็นปัจจัยกดดันเศรษฐกิจและกำลังซื้อของประเทศคู่ค้าเช่นกัน สำหรับราคาวัตถุดิบถึงแม้ราคาน้ำมันในไตรมาสที่ 4/2565 จะปรับระดับลงมาอยู่ที่ 80 - 90 USD/Bbl แต่ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวนในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2565 เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไรของการส่งออก

อย่างไรก็ตาม ซีลิก ไม่ได้หยุดนิ่งที่จะมุ่งขยายฐานธุรกิจไปในภาคธุรกิจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “นวัตกรรมการยึดติดเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น” จึงเป็นที่มาของการเข้าไปลงทุนในธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยซื้อสินทรัพย์ภายใต้ตราสินค้า นีโอพลาสท์ และ นีโอบัน และการเข้าถือหุ้นในบริษัท เทวกรรมโอสเก จำกัด และเริ่มรวมผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจนี้ในเดือนกันยายน 2565 เป็นต้นมา

### สามารถสร้างยอดขายที่เติบโตขึ้นผ่านการขยายธุรกิจไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจการดูแลสุขภาพ และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีภาวนในตัว สามารถรักษายอดขายอยู่ในระดับที่ดีเมื่อเทียบกับปี 2564 และซีลิกเริ่มรับรู้รายได้ในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพตั้งแต่เดือน กันยายน 2565 ทำให้ยอดขายของซีลิกในปี 2565 เติบโตขึ้น 11.3% เมื่อเทียบกับปี 2564 และในปี 2566 ซีลิกจะมียอดขายของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นแบบมีนัยสำคัญ เนื่องจากการรับรู้รายได้ทั้งปีงบประมาณ รวมถึงรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากบริษัทย่อยของกลุ่มนี้จะเริ่มรับรู้ ภายในไตรมาส 1/2566

### รักษาระดับกำไรขั้นต้น แม้จะเจอปัจจัยภายนอกที่กระทบต่อต้นทุนที่ไม่สามารถควบคุมได้

ถึงแม้จะมีปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ที่ส่งผลกระทบต่อกำไรขั้นต้นของซีลิก เช่น ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่อยู่ในระดับสูง ค่าเงินบาทที่ผันผวน และอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงทั้งของประเทศไทยและประเทศคู่ค้า ซีลิกยังสามารถรักษาระดับกำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปี 2564 โดยอัตรากำไรขั้นต้นหดตัวเล็กน้อย

### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA และกำไรสุทธิ ในปี 2565 ลดลง 25.1% และ 51.3% ตามลำดับ จากปี 2564 เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง และอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น และขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

### สรุปผลประกอบการไตรมาส 4/2565

- รายได้รวมอยู่ที่ 440.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.5% จากไตรมาสก่อน และ 17.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเข้ามาด้วยทั้งไตรมาส
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 91.41 ล้านบาท ลดลง 5.5% จากไตรมาสก่อน เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงของธุรกิจการดูแลสุขภาพและธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีภาวนในตัว แต่เติบโต 27.2% จากไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า
- กำไรสุทธิเท่ากับ 3.79 ล้านบาท ลดลง 73.1% จากไตรมาสก่อน เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงและอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยมีค่าใช้จ่ายในการเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นผลิตสินค้าของบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ที่ยังไม่รับรู้รายได้ โดยจะเริ่มรับรู้รายได้ภายใน ไตรมาส 1 ปี 2566

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

### สรุปผลการประกอบการในรอบปี 2565

- รายได้รวม 1,624.70 ล้านบาท เติบโต 10.8% จากปี 2564 จากการเติบโตของธุรกิจกาาอุตสาหกรรมและธุรกิจสตีกเกอร์หรือจลาทที่มีกาาในตัว และการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพเข้ามาในเดือนกันยายน 2565
- กำไรขั้นต้น 356.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.2% จากปี 2564 จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพเข้ามาในเดือน กันยายน 2565
- EBITDA 135.63 ล้านบาท ลดลง 25.1% และกำไรสุทธิเท่ากับ 39.70 ล้านบาท ลดลง 51.3% จากปี 2564 ทั้งนี้ นอกจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑที่มีการปรับตัวอยู่ในระดับสูงตลอดปี ค่าใช้จ่ายในการขายที่สูงขึ้นจากลักษณะการขายสินค้าของธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อมของการขยายธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ การนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ และขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

| หน่วย: ล้านบาท                                        | ไตรมาส  |          |         |         |         | 12 เดือน |          |         |
|-------------------------------------------------------|---------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|---------|
|                                                       | Q4/2022 | Q3/ 2022 | Q4/2021 | % QoQ   | % YoY   | 12M 2022 | 12M 2021 | % YoY   |
| รายได้รวม                                             | 440.30  | 405.65   | 375.32  | 8.5%    | 17.3%   | 1,624.70 | 1,466.03 | 10.8%   |
| รายได้จากการขายและบริการสุทธิ                         | 437.26  | 405.18   | 370.42  | 7.9%    | 18.0%   | 1,619.05 | 1,454.64 | 11.3%   |
| กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)                        | 91.41   | 96.70    | 71.86   | (5.5%)  | 27.2%   | 356.19   | 352.02   | 1.2%    |
| กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ | 32.73   | 37.95    | 34.38   | (13.8%) | (4.8%)  | 135.63   | 180.98   | (25.1%) |
| กำไร (ขาดทุน) สุทธิ                                   | 3.79    | 14.12    | 11.35   | (73.1%) | (66.6%) | 39.70    | 81.53    | (51.3%) |

### ผลประกอบการด้านการเงิน

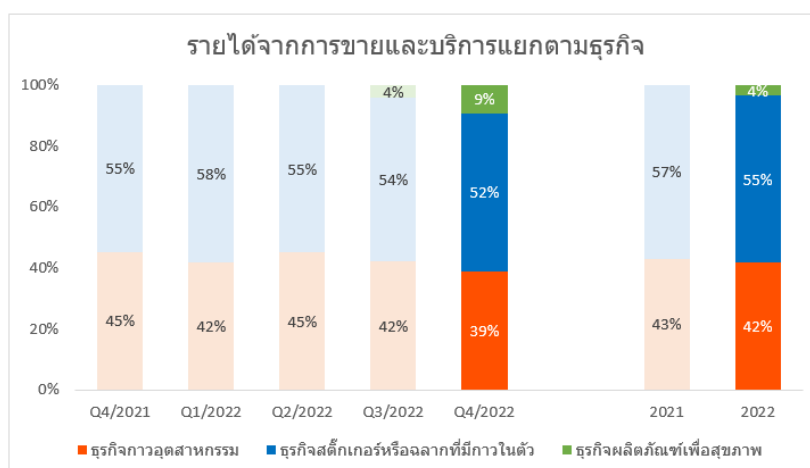
#### รายได้

ในปี 2565 รายได้จากการขายและบริการ 1,619.05 ล้านบาท เติบโต 11.3% จากปี 2564 จากการเติบโตของธุรกิจกาาอุตสาหกรรมและธุรกิจสตีกเกอร์หรือจลาทที่มีกาาในตัว และเริ่มมีการรวมผลการดำเนินงานของบริษัท เทวกรรมโฮสท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เข้ามาในเดือนกันยายน 2565

#### โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาาอุตสาหกรรม ธุรกิจสตีกเกอร์หรือจลาทที่มีกาาในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาาอุตสาหกรรมอยู่ที่ 42% ธุรกิจสตีกเกอร์หรือจลาทที่มีกาาในตัวอยู่ที่ 55% และธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพอยู่ที่ 4% ในปี 2565 โดยในปี 2566 สัดส่วนของธุรกิจผลิตภัณฑเพื่อสุขภาพจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบริษัทรวมผลการดำเนินงานทั้งปีงบประมาณ รวมถึงรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากบริษัทย่อยของกลุ่มนี้จะเริ่มรับรู้ ภายในไตรมาส 1/2566



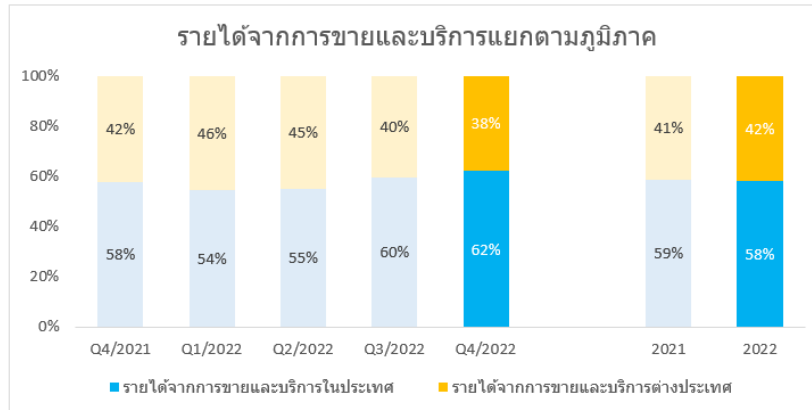
หมายเหตุ: ดัดแปลงจากงบการเงินของบริษัท

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 58% และตลาดต่างประเทศ 42% จากยอดขายและบริการรวม ในปี 2565 โดยในปี 2566 สัดส่วนของการขายและบริการในประเทศจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพทั้งป่วงประมาณ รวมถึงรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากบริษัทย่อยของกลุ่มนี้จะเริ่มรับรู้ ภายในไตรมาส 1/2566

| หน่วย: ล้านบาท                        | ไตรมาส  |          |         |       |       | 12 เดือน |          |       |
|---------------------------------------|---------|----------|---------|-------|-------|----------|----------|-------|
| รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค | Q4/2022 | Q3/ 2022 | Q4/2021 | % QoQ | % YoY | 12M 2022 | 12M 2021 | % YoY |
| รายได้จากการขายและบริการในประเทศ      | 272.02  | 241.60   | 213.82  | 12.6% | 27.2% | 938.86   | 856.35   | 9.6%  |
| รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ    | 165.25  | 163.59   | 156.60  | 1.0%  | 5.5%  | 680.19   | 598.29   | 13.7% |
| รายได้จากการขายและบริการ              | 437.26  | 405.18   | 370.42  | 7.9%  | 18.0% | 1,619.05 | 1,454.64 | 11.3% |

หมายเหตุ: ดัชนีการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัชนีการระหว่างกันของบริษัท

### ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายตามงบการเงินรวมในปี 2565 เท่ากับ 1,262.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.5% จากปี 2564 ในขณะที่รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่น้อยกว่า ทำให้กำไรขั้นต้นเท่ากับ 356.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 เล็กน้อยที่ 1.2% เนื่องจากการส่งผ่านต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในปี 2565 ไปยังราคาขาย ยังคงมีส่วนต่างจากการรักษาระดับของวัตถุดิบคงคลังขั้นต่ำเพื่อการผลิต

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวมในปี 2565 อยู่ที่ 280.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.0% จากปี 2564 โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 94.86 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 185.65 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอีกสองกลุ่มธุรกิจ ในขณะที่อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายปรับตัวสูงขึ้น จากการเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นผลิตสินค้าของบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ที่ยังไม่รับรู้รายได้ โดยคาดว่าจะเริ่มรับรู้รายได้ภายใน ไตรมาส 1 ปี 2566

### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA และกำไรสุทธิ เท่ากับ 135.63 ล้านบาท และ 39.70 ล้านบาท ลดลง 25.1% และ 51.3% จากปี 2564 ตามลำดับ เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงและอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น และขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน



## งบการเงินรวมปี 2565

| หน่วย: ล้านบาท                                               | ไตรมาส        |               |               |                |                | 12 เดือน        |                 |                |
|--------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| งบกำไรขาดทุนรวม                                              | Q4/2022       | Q3/ 2022      | Q4/2021       | % QoQ          | % YoY          | 12M 2022        | 12M 2021        | % YoY          |
| รายได้จากการขายและบริการสุทธิ                                | 437.26        | 405.18        | 370.42        | 7.9%           | 18.0%          | 1,619.05        | 1,454.64        | 11.3%          |
| กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ                                  | 0.00          | 0.00          | 1.49          | --             | (100.0%)       | 0.00            | 5.11            | (100.0%)       |
| รายได้อื่น                                                   | 3.03          | 0.47          | 3.41          | 542.8%         | (11.1%)        | 5.65            | 6.28            | (10.0%)        |
| <b>รวมรายได้</b>                                             | <b>440.30</b> | <b>405.65</b> | <b>375.32</b> | <b>8.5%</b>    | <b>17.3%</b>   | <b>1,624.70</b> | <b>1,466.03</b> | <b>10.8%</b>   |
| ต้นทุนขาย                                                    | 345.85        | 308.49        | 298.56        | 12.1%          | 15.8%          | 1,262.86        | 1,102.62        | 14.5%          |
| <b>กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)</b>                        | <b>91.41</b>  | <b>96.70</b>  | <b>71.86</b>  | <b>(5.5%)</b>  | <b>27.2%</b>   | <b>356.19</b>   | <b>352.02</b>   | <b>1.2%</b>    |
| ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ                                | 1.93          | 4.37          | 0.00          | (55.9%)        | --             | 5.99            | 0.00            | --             |
| ค่าใช้จ่ายในการขาย                                           | 25.83         | 24.94         | 21.82         | 3.6%           | 18.4%          | 94.86           | 83.18           | 14.0%          |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                                        | 52.72         | 44.52         | 34.47         | 18.4%          | 53.0%          | 185.65          | 154.63          | 20.1%          |
| ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า                         | (0.01)        | 0.00          | 0.00          | --             | --             | (0.01)          | 0.00            | --             |
| <b>กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b> | <b>32.73</b>  | <b>37.95</b>  | <b>34.38</b>  | <b>(13.8%)</b> | <b>(4.8%)</b>  | <b>135.63</b>   | <b>180.98</b>   | <b>(25.1%)</b> |
| ค่าเสื่อมราคา                                                | 18.77         | 14.62         | 13.91         | 28.3%          | 34.9%          | 60.30           | 55.37           | 8.9%           |
| <b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>               | <b>13.96</b>  | <b>23.33</b>  | <b>20.47</b>  | <b>(40.2%)</b> | <b>(31.8%)</b> | <b>75.33</b>    | <b>125.61</b>   | <b>(40.0%)</b> |
| ต้นทุนทางการเงิน                                             | 9.13          | 5.32          | 5.08          | 71.5%          | 79.7%          | 24.02           | 21.29           | 12.8%          |
| <b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>                                   | <b>4.83</b>   | <b>18.01</b>  | <b>15.39</b>  | <b>(73.2%)</b> | <b>(68.6%)</b> | <b>51.31</b>    | <b>104.31</b>   | <b>(50.8%)</b> |
| ภาษีเงินได้                                                  | 1.03          | 3.89          | 4.04          | (73.5%)        | (74.5%)        | 11.61           | 22.79           | (49.0%)        |
| <b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิ</b>                                   | <b>3.79</b>   | <b>14.12</b>  | <b>11.35</b>  | <b>(73.1%)</b> | <b>(66.6%)</b> | <b>39.70</b>    | <b>81.53</b>    | <b>(51.3%)</b> |

หมายเหตุ: จัดประเภทรายการนี้ประจําตัวจ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและนโยบายของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

## ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

### ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมในปี 2565 เท่ากับ 716.18 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยที่ 2.3% จากปี 2564 สาเหตุหลักจากพฤติกรรมกรรมการซื้อของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงในช่วงวิกฤติด้านทุนและราคาพลังงานที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของคำสั่งซื้อและสั่งซื้อเท่าที่เพียงพอต่อความต้องการ เพื่อจับตาความเคลื่อนไหวของราคาก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม กิตติผลกาวยาอุตสาหกรรมยังมีแนวโน้มความต้องการอยู่อย่างต่อเนื่อง และคาดว่าในปี 2566 น่าจะกลับมาดีขึ้น

### ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

| หน่วย: ล้านบาท                            | ไตรมาส        |               |               |               |               | 12 เดือน      |               |               |
|-------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า | Q4/2022       | Q3/ 2022      | Q4/2021       | % QoQ         | % YoY         | 12M 2022      | 12M 2021      | % YoY         |
| ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent                    | 84.00         | 77.43         | 80.02         | 8.5%          | 5.0%          | 312.25        | 278.86        | 12.0%         |
| ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt                   | 69.57         | 70.48         | 68.71         | (1.3%)        | 1.3%          | 275.19        | 278.67        | (1.2%)        |
| ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based                | 12.79         | 18.13         | 24.29         | (29.5%)       | (47.3%)       | 111.11        | 159.31        | (30.3%)       |
| สินค้าและบริการอื่นๆ                      | 4.32          | 4.71          | 5.82          | (8.3%)        | (25.7%)       | 17.64         | 15.84         | 11.3%         |
| <b>รายได้จากการขายและบริการ</b>           | <b>170.69</b> | <b>170.75</b> | <b>178.83</b> | <b>(0.0%)</b> | <b>(4.6%)</b> | <b>716.18</b> | <b>732.68</b> | <b>(2.3%)</b> |

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent:** ยอดขายในปี 2565 เท่ากับ 312.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.0% จากปี 2564 เติบโตได้ดีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

**ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt:** ยอดขายในปี 2565 เท่ากับ 275.19 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 1.2% จากปี 2564 โดยยังคงเติบโตจากตลาดในประเทศ ขณะที่ความต้องการของตลาดต่างประเทศลดลง

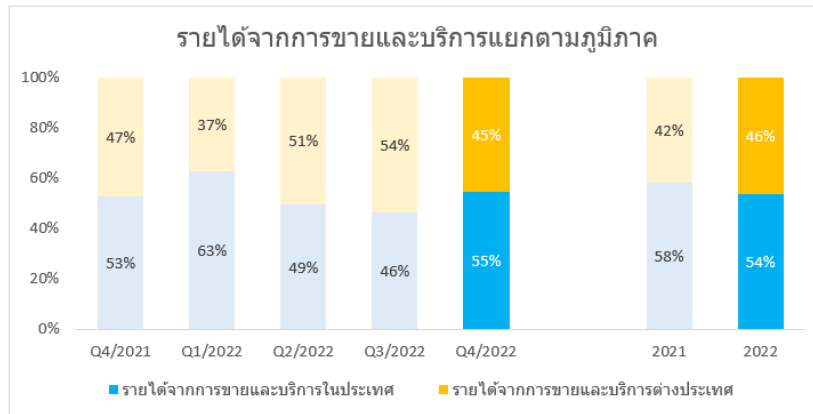
**ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based:** ยอดขายในปี 2565 เท่ากับ 111.11 ล้านบาท ลดลง 30.3% จากปี 2564 เนื่องจากกรมเปลี่ยนนโยบายการขายกาวยาแก่บริษัทในเครือ ในขณะที่เติบโตได้ดีในตลาดต่างประเทศ

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

ธุรกิจกาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

| หน่วย: ล้านบาท                        | ไตรมาส        |               |               |               |               | 12 เดือน      |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค | Q4/2022       | Q3/ 2022      | Q4/2021       | % QoQ         | % YoY         | 12M 2022      | 12M 2021      | % YoY         |
| รายได้จากการขายและบริการในประเทศ      | 93.51         | 79.06         | 94.29         | 18.3%         | (0.8%)        | 384.81        | 427.41        | (10.0%)       |
| รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ    | 77.17         | 91.69         | 84.53         | (15.8%)       | (8.7%)        | 331.38        | 305.28        | 8.6%          |
| <b>รายได้จากการขายและบริการ</b>       | <b>170.69</b> | <b>170.75</b> | <b>178.83</b> | <b>(0.0%)</b> | <b>(4.6%)</b> | <b>716.18</b> | <b>732.68</b> | <b>(2.3%)</b> |

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** สำหรับปี 2565 เท่ากับ 384.81 ล้านบาท ลดลง 10.0% จากปี 2564 จากการชะลอตัวคำสั่งซื้อของลูกค้าธุรกิจในประเทศเนื่องจากวัตถุดิบต้นทุนสูงขึ้น

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** สำหรับปี 2565 เท่ากับ 331.38 ล้านบาท เติบโต 8.6% จากปี 2564 จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์กา Solvent และ Water Based

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในปี 2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 46% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 54%

ธุรกิจกาอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในปี 2565 เท่ากับ 168.70 ล้านบาท ลดลง 5.6% จากปี 2564 ทั้งนี้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการได้รับผลกระทบจากวัตถุดิบที่ปรับตัวอยู่ในระดับสูงของปี 2565 จากปัญหาความขัดแย้งของรัสเซียและยูเครน อย่างไรก็ตามอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2565 ถือว่าอยู่ในระดับที่บริษัทสามารถจัดการได้ดี และต่ำกว่าปีก่อนหน้าเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตอย่างรุนแรงของราคาน้ำมันและราคาวัตถุดิบในปี 2565

| หน่วย: ล้านบาท                              | ไตรมาส  |          |         |        |        | 12 เดือน |          |        |
|---------------------------------------------|---------|----------|---------|--------|--------|----------|----------|--------|
|                                             | Q4/2022 | Q3/ 2022 | Q4/2021 | % QoQ  | % YoY  | 12M 2022 | 12M 2021 | % YoY  |
| รายได้จากการขายและบริการสุทธิ               | 170.69  | 170.75   | 178.83  | (0.0%) | (4.6%) | 716.18   | 732.68   | (2.3%) |
| ต้นทุนขาย                                   | 131.27  | 127.60   | 139.32  | 2.9%   | (5.8%) | 547.48   | 554.04   | (1.2%) |
| กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)              | 39.41   | 43.16    | 39.50   | (8.7%) | (0.2%) | 168.70   | 178.64   | (5.6%) |
| อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ | 23.1%   | 25.3%    | 22.1%   | (8.6%) | 4.5%   | 23.6%    | 24.4%    | (3.4%) |

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

### ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการรวมในปี 2565 อยู่ที่ 874.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.8% จากปี 2564 โดยเพิ่มขึ้นทั้งผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์ฟิล์ม

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

| หน่วย: ล้านบาท                            | ไตรมาส        |               |               |             |             | 12 เดือน      |               |             |
|-------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|---------------|---------------|-------------|
| รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า | Q4/2022       | Q3/ 2022      | Q4/2021       | % QoQ       | % YoY       | 12M 2022      | 12M 2021      | % YoY       |
| ผลิตภัณฑ์กระดาษ                           | 156.67        | 144.58        | 137.28        | 8.4%        | 14.1%       | 602.87        | 571.94        | 5.4%        |
| ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม                            | 65.29         | 68.09         | 62.74         | (4.1%)      | 4.1%        | 262.66        | 251.15        | 4.6%        |
| ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ                        | 1.12          | 3.10          | 3.92          | (63.9%)     | (71.5%)     | 8.77          | 11.33         | (22.6%)     |
| <b>รายได้จากการขายและบริการ</b>           | <b>223.08</b> | <b>215.77</b> | <b>203.94</b> | <b>3.4%</b> | <b>9.4%</b> | <b>874.30</b> | <b>834.42</b> | <b>4.8%</b> |

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

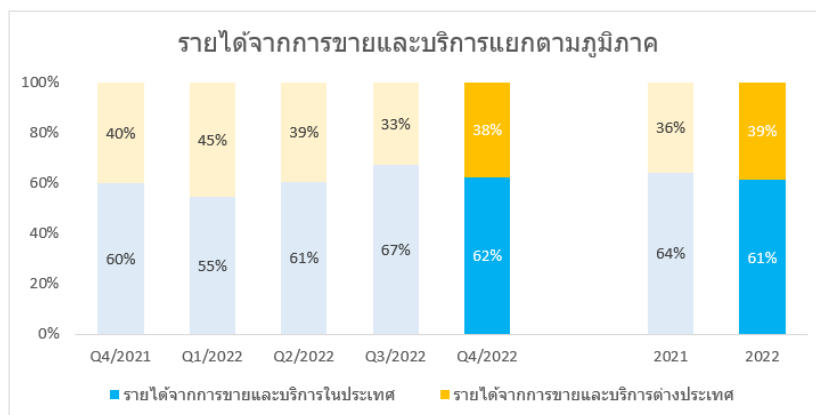
**ผลิตภัณฑ์กระดาษ :** รายได้จากการขายในปี 2565 เท่ากับ 602.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.4% จากปี 2564 เติบโตได้ดีในตลาดต่างประเทศ ในขณะที่ความต้องการในตลาดในประเทศลดลงเล็กน้อย

**ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม:** รายได้จากการขายในปี 2565 เท่ากับ 262.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.6% จากปี 2564 เติบโตทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

| หน่วย: ล้านบาท                        | ไตรมาส        |               |               |             |             | 12 เดือน      |               |             |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|---------------|---------------|-------------|
| รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค | Q4/2022       | Q3/ 2022      | Q4/2021       | % QoQ       | % YoY       | 12M 2022      | 12M 2021      | % YoY       |
| รายได้จากการขายและบริการในประเทศ      | 139.06        | 145.64        | 122.27        | (4.5%)      | 13.7%       | 535.36        | 536.58        | (0.2%)      |
| รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ    | 84.03         | 70.14         | 81.66         | 19.8%       | 2.9%        | 338.94        | 297.83        | 13.8%       |
| <b>รายได้จากการขายและบริการ</b>       | <b>223.08</b> | <b>215.77</b> | <b>203.94</b> | <b>3.4%</b> | <b>9.4%</b> | <b>874.30</b> | <b>834.42</b> | <b>4.8%</b> |

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** สำหรับปี 2565 เท่ากับ 535.36 ล้านบาท อยู่ในระดับเดียวกับปี 2564 โดยเติบโตจากผลิตภัณฑ์ฟิล์ม ในขณะที่ความต้องการของผลิตภัณฑ์กระดาษลดลง

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** สำหรับปี 2565 เท่ากับ 338.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.8% จากปี 2564 เติบโตทั้งผลิตภัณฑ์ฟิล์มและผลิตภัณฑ์กระดาษ

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในปี 2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 61% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 39%

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำปี 2565

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด และ กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด โดยสัดส่วนการขายระหว่างเดือน กันยายน 2565 – ธันวาคม 2565 อยู่ที่ 84% และ 16% ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้จากการขาย ที่ 57.54 ล้านบาท ในระยะเวลา 4 เดือน ของปี 2565

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศระหว่าง เดือน กันยายน 2565 – ธันวาคม 2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 99% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 1%

### มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2566

จากการคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ของกระทรวงการคลังจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 จะเป็นปัจจัยที่จะส่งผลบวกต่อบริษัทสำหรับการเติบโตยอดขายในประเทศ หากแต่มีการคาดการณ์ว่าอุปสงค์ของตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่จะยังคงชะลอตัวในระดับเดียวกับ ปี 2565 จากปัจจัยหลักเช่น ภาวะเงินเฟ้อในหลาย ๆ ประเทศ และ อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวนและกระทบต่อเงินบาท บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การเติบโตโดยคำนึงถึงปัจจัยและแนวโน้มเศรษฐกิจดังกล่าว และจะสร้างการเติบโตของธุรกิจหลักทั้งทางอุตสาหกรรม และเวลาที่มีความไวในตัว โดยกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะเห็นการเติบโตจากการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าโอเพิลาสก์ และนีโอบันสามารถดำเนินธุรกิจและสร้างยอดขายเพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท

### รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกยังคงมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้ จากทั้งธุรกิจทางอุตสาหกรรม ธุรกิจสติกเกอร์ และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และคาดว่าจะเห็นผลลัพธ์จากโครงการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นส่วนหนึ่งของการเติบโตของรายได้อย่างชัดเจนในปี 2566 รวมถึงขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ดีและมีกำลังซื้อสูง

### การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อทำกำไรขั้นต้นและทำกำไรสุทธิในระดับที่ดีขึ้น

ซีลิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามลำดับ ผ่านกระบวนการทาง supply chain บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ผันผวนของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน หรือ อัตราแลกเปลี่ยน

### คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ที่ถ่วงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

### ก้าวเดินในเส้นทางพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี 2566 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่รักโลกเพิ่มขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังคงร่วมมือกับหน่วยงาน และโครงการต่างๆ เพื่อช่วยกันผลักดันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิก:

<http://seliccorp.com/investor-contact.php> หรือ อีเมล: [investorrelation@seliccorp.com](mailto:investorrelation@seliccorp.com)

ข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ

ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึงแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และความเชื่อของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “อาจจะ”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งใจว่า”, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำใดๆ ที่มีความหมายทำนองเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกจัดทำขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่อของฝ่ายบริหาร โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานก็ตาม สมมติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้ผลงาน ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทฯ คาดการณ์ไว้ในอนาคต ดังนั้นผู้ใช้ข้อมูลดังกล่าวจึงควรระมัดระวังในการใช้ข้อมูลข้างต้น อีกทั้งบริษัท และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว